

Documentos:

El mercado mundial del banano.

Rafael Cartay¹

Resumen

Desde su temprana introducción en América en el siglo XVI, y luego de las variedades comerciales modernas en América Tropical desde el siglo XIX, el banano se ha convertido en una de las frutas más comercializadas a escala planetaria, ocupando el segundo lugar, de las exportaciones mundiales de frutas tras los cítricos. Su elevada perecibilidad, de escasas cuatro semanas entre la cosecha y el consumo, explica en gran parte la estructura integrada y rígida de su comercio internacional, en el que han jugado un importante rol los gobiernos, las empresas transnacionales y las asociaciones nacionales de productores. En este artículo se estudia la evolución de la producción, del consumo, del comercio y de los precios internacionales, así como de los conflictos que se han suscitado entre los diferentes agentes que actúan en el mercado mundial del banano; específicamente de los cultivares triploides con genoma acuminata (AAA), objetos del comercio internacional.

Palabras claves: Banano, mercado, políticas, transnacionales.

Introducción

El banano es una planta herbácea gigante, perteneciente a las Musáceas, que crece de 3 a 9 m de altura en 9 a 15 meses según las variedades. Cuenta con varios centenares de cultivares o clones, que según N.W. Simmonds, pertenecen a dos grandes grupos: a) los cultivares que solamente tienen genomas acuminata (A), que comprenden los llamados diploides (AA), representados por el "higo azucarado", de tamaño corto y pulpa muy dulce, y los triploides (AAA), comprensivos de variedades grandes

muy aptas para la exportación, por su elevado rendimiento, como los Gros-Michel, muy sensible al Mal de Panamá, y los del grupo Cavendish, más resistentes a las enfermedades: Lacatán, Poyo/Valery, Gran Enano y Enano; y b) los cultivares con genomas acuminata (A) y balbisiana (B), integrados por los triploides de predominio acuminata (AAB), especialmente plátanos Harton, "plantains", que se comen cocidos, y los triploides de predominio balbisiana (ABB) como el topocho criollo, el cacamón o

Recibido el 11-10-95 • Aceptado el 10-05-96

1. Profesor titular, Investigador del Centro de Investigaciones Agroalimentarias (CIAAL) de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Los Andes, Mérida.

“bluggoe”, destinados a la cocción.

El bananero proviene del Asia, probablemente de Malasia, China Meridional e Indonesia. Desde allí fue llevado a Madagascar en el siglo XV, y luego difundido en la costa oriental y central de África, aunque algunos lo sitúan en ese continente desde hace unos 8 000 años. En el siglo XV los portugueses lo encontraron en la costa occidental africana, en la región de Guinea, llamándolo «guineo». Hacia 1516 el padre Tomás de Berlanga lo introdujo en la isla La Española, en el Caribe, probablemente llevándolo desde las islas Canarias, donde se cultiva desde 1450.

Los clones cultivados de banano son formas híbridas que producen frutos comestibles sin semilla, diversificadas de manera natural o inducida desde tiempos prehistóricos a partir de bananeros silvestres que crecían en Indochina. Tales híbridos crecieron en África Central durante milenios, hasta que comerciantes y exploradores los difundieron, junto con otras variedades en Asia Menor y el este de África.

Los clones que hoy se comercializan comúnmente en los mercados internacionales, y en los cuales la presencia latinoamericana es tan importante, fueron introducidos en América Latina en el siglo XIX, cuando se desarrollaron grandes plantaciones en los países de América Central en el período 1880-1910.

Tal expansión fue posible gracias a varios factores, uno de los cuales fue el establecimiento de transportes adecuados para la comercialización de una fruta tan perecedera, así como la aplicación de ciertos procedimientos

para el control de la maduración de los frutos en el trayecto hacia los centros de consumo.

El primer bote diseñado especialmente para el transporte del banano fue construido en 1888, y el primer compartimiento refrigerado en un barco bananero fue instalado en 1901. Hasta 1960 el banano se exportaba en racimos. Ese año la Standard Fruit Company comenzó a embalar las manos de bananos, separadas, en cajas de cartón con un peso de 20 a 22 kg, procedimiento que luego fue imitado por las otras compañías exportadoras del producto.

La comercialización del banano es un proceso delicado. Las frutas son clasificadas en tres categorías: extra, 1 y 2. Una vez cortada la fruta, aún verde, comienza una operación de comercialización de alta precisión, pues el banano cortado no puede permanecer en un hangar de embalaje más de tres días y solamente cuatro semanas deben transcurrir entre la cosecha y el consumo. Por eso, el período en el cual el banano puede ser cortado corresponde aproximadamente a la duración del transporte hasta el país consumidor, generalmente realizado por vía marítima. Eso explica en gran parte la estructura muy integrada y bastante rígida del comercio internacional del banano. La cadena de producción-distribución es, en suma, como sigue: en nueve meses la planta alcanza su desarrollo, y la cosecha se realiza durante todo el año. El banano se cosecha verde y se acondiciona en cajas de cartón, y luego en contenedores, que son embarcados para los centros de consumo en barcos politér-

micos. Las cajas son desembarcadas en depósitos especiales dotados de aire caliente, con control electrónico de la maduración, y luego puestas en el mercado. El producto es muy perecedero, por lo que su maduración es controlada por temperatura, gas y películas de cera retardantes.

La producción industrial del banano en la región recibió un gran impulso inicial con la firma, en 1884, de un contrato entre el gobierno de Costa Rica y Minor Keith, un negociante estadounidense, para la construcción de un ferrocarril. Keith recibió, como contraprestación, la concesión de 324 000 ha para la producción del fruto.

El banano es exportado mayormente para ser consumido como fruta fresca, pero hay otras formas de utilización: para la fabricación de almidón y harina, para uso alimentario e industrial; como pulpa de banano para la elaboración de alimentos infantiles; como jugo de banano clarificado; como bananos deshidratados. Asimismo se han hecho esfuerzos para utilizar partes de la planta y del fruto como materia prima para la fabricación de papel y de alcohol, a partir de los desechos fibrosos. Por ejemplo, de 13 kg de fruta se obtiene un litro de alcohol.

El banano es objeto de una reglamentación internacional muy precisa, de una marcada competencia entre los productores y de agudas disputas comerciales, hasta políticas, entre miembros de la Unión Europea, de una parte, y de otros países con la Unión Europea.

Producción. La producción

mundial de banano ha crecido rápidamente como resultado de la acción conjunta de varios factores, tales como: a) la existencia de una demanda mundial sostenida, en los países en desarrollo (PED), por su elevado crecimiento demográfico, y en los países desarrollados (PD), especialmente en los países de la OECD, en razón de la creciente preferencia de los consumidores por las frutas exóticas; b) la aplicación de un eficiente sistema técnico de producción y distribución, particularmente a partir de finales del siglo XIX (con la mecanización de la preparación de las parcelas y de la recolección; la intensificación del uso de la irrigación y de los insumos químicos; la selección varietal; el control de la maduración de los frutos en los transportes y los almacenes; la aplicación de sistemas rápidos de transportes y de modernos sistemas de embalaje, etc.); y c) la organización progresiva de los mercados, bien sea por la integración vertical de la cadena en el seno de poderosas compañías privadas, o por la regulación de los flujos de importación o de exportación por los Estados.

La producción mundial de bananos aumentó en un 23 % entre 1982 y 1993, al pasar de 41 224 000 t a 50 596 000 t. En una primera etapa, entre 1982 y 1986, la producción se estabilizó hacia las 41 200 000 t, para luego comenzar a crecer un poco más rápidamente hasta 1993 (cuadro I).

La producción mundial de bananos es casi exclusivamente responsabilidad de los PED, que produjeron el 98 % del total mundial en 1982 y el

Cuadro 1. Producción mundial de bananos, años 1982-1994 (miles de toneladas).

Años	Producción mundial
1982	41 224
1983	40 166
1984	40 667
1985	40 063
1986	41 299
1987	43 124
1988	43 148
1989	43 685
1990	47 230
1991	48 305
1992	49 630
1993	50 596
1994*	52 500

Fuente: Production Yearbook 1984, 1989, 1992, 1993.

*Estimaciones de la FAO. Citado por Rastoin, Locillet, 1995, p.3.

99 % en 1993. Y en particular de los PED de América del Sur (Brasil, Ecuador y Colombia) y de Asia, que produjeron, en conjunto, entre el 67 y 66 % de la producción mundial en el período considerado. El grupo de los diez mayores productores mundiales se mantuvo casi inmodificado durante los últimos años, salvo por la emergencia de China, en reemplazo de Honduras, como un gran productor (cuadro 2).

Los mayores productores han sido durante mucho tiempo Brasil, India, Filipinas, Ecuador, Indonesia, Costa Rica y Tailandia.

La producción de banano se concentra básicamente en dos regiones del mundo: en América latina, con un 42 % en 1994, y el sudeste de Asia, con un 41 %. Africa, que representó sólo un 13 % de la producción total de banano, es el mayor productor mundial de plátano, con un 71 %.

Al intentar una clasificación económica de los productores por zonas integradas o no integradas al mercado mundial, se obtiene para 1994 la siguiente tipificación (cuadros 3 y 4). La producción se orienta mayoritariamente a los mercados locales. Los dos mayores productores mundiales (India y Brasil) pertenecen a la categoría de productores "no integrados al mercado mundial, mientras que Ecuador, el tercer mayor productor, está integrado al grupo "banano dólar".

La superficie plantada con banano alcanza unas 2 a 2.5 millones de hectáreas en todo el mundo, caracterizada agrónomicamente por tres sistemas de producción: el sistema tradicional, especialmente en Africa, Asia y Brasil; el sistema artesanal, en Ecuador, Filipinas, Caribe y Canarias, y el sistema industrial, con plantaciones muy intensivas en capital, extensas y

Cuadro 2. Los diez mayores productores de banano en el mundo, años 1982 y 1993 (en miles de TM).

	1982		1993
Mundo	41 244	Mundo	50 596
1. Brasil	7 088	India	7 200
2. India	4 724	Brasil	5 593
3. Filipinas	4 100	Ecuador	3 990
4. Ecuador	2 265	Filipinas	3 100
5. Tailandia	2 028	Indonesia	2 550
6. Indonesia	1 800	China	2 399
7. México	1 621	Colombia	1 950
8. Honduras	1 338	Costa Rica	1 827
9. Colombia	1 274	México	1 650
10. Costa Rica	1 150	Tailandia	1 650
Σ 10	27 388	Σ 10	<u>31 909</u>
% Σ 10/Mundo	66	% Σ 10/Mundo	63

Fuente: FAO. Production Yearbook. 1984 y 1993

de alto rendimiento. Este sistema prevalece en América Central, Santo Domingo y Jamaica.

Los bananos se cultivan en gran escala en muchos países de América Latina. De ellos, el mayor productor es Brasil, aunque sus exportaciones bananeras contribuyen con tan sólo una pequeña proporción de sus ingresos totales por exportación.

Tradicionalmente América Latina, y concretamente el área comprendida desde el sur de México hasta Ecuador, ha sido uno de los mayores centros productores de banano en el mundo.

desde que se inició la producción y exportación del rubro en el decenio de 1870, bajo el impulso, y también la «opresión», de grandes empresas multinacionales agroalimentarias, como la United Fruit Co. (UFC) y la Vaccaro Brothers (VB). La UFC se estableció en el área en 1899, y casi un siglo después, en 1970, se unió a la AMK Corporation para constituir la United Brands (UB). La VB se estableció también en el año de 1899, y en 1923 fue absorbida por la Standard Fruit & Steamship Company (SF). En 1968 la SF se convirtió en una empresa

Cuadro 3. Zonas no integradas al mercado mundial (35 900 t; 68.1%)

Zona	Producción (miles de toneladas)	%
Asia	21 500	40.8
América latina (Sur)	6 500	12.3
Africa	6 300	12.0
Oceanía	1 600	3.0

Cuadro 4. Zonas integradas al mercado mundial (16.800 t ; 31.9%).

Zona	Producción (miles de toneladas)	%
- Banano "dólar"	13 900	26.4
- América andina	7 900	15.0
- América central	6 000	11.4
- A.C.P.	2 100	4.0
- Caribe	1 700	3.2
- Africa	400	0.8
- Unión Europea (*)	800	1.5
Total del mundo	52 700	100.0

Fuente: Rastoin; Loeillet, 1995, p. 5. Nota: (*) Comprende D.O.M. (Francia), Canarias (España), Madeira (Portugal) y Creta (Grecia).

subsidiaria de la Castle & Cooke (C&C). Estas dos grandes empresas, la UB, ahora Chiquita Brands International, y la C&C, ahora Dole Food Company, junto con la Del Monte, controlan cerca del 55 % del volumen de bananos exportados en el mundo. Estas grandes empresas han funcionado en el territorio latinoamericano como economías de «enclave», sin promover un crecimiento equilibrado de las economías nacionales donde operan, limitándose los beneficios recibidos por esos países a la transferencia de tecnología y al pago de sueldos y salarios y prestaciones sociales a la mano de obra local.

Este artículo se limita al estudio del banano. No obstante, resulta importante mencionar que la producción mundial de plátano, clones triploides de predominio acuminata (AAB), para 1993 fue de 27 902 000 t, obra casi totalmente de los PED de Africa (74%) y de América del Sur (18%). Considerados individualmente, los cinco mayores productores de plátano fueron, para 1993, Uganda (8 488 000 t), Ruanda (2 700 000 t), Colombia (2 682 000 t), Zaire

(2 291 000 t) y Nigeria (1 400 000 t), que, en conjunto, produjeron 17 561 000 t, para un 63 % del total mundial.

Por otra parte, la producción mundial de pulpa de banano, un importante subproducto, se estima entre 70 000 y 80 000 t anuales, siendo los mayores productores de este rubro Panamá, Brasil, Honduras, Costa Rica, Ecuador y las islas Canarias. La pulpa, y también el concentrado de banano, es exportada a las industrias de transformación situadas principalmente en Europa y en los Estados Unidos.

Consumo. Los grandes productores son, por lo general, grandes consumidores del producto, más en el caso del plátano que en el del banano. Se estima que el autoconsumo puede llegar a un 78 % del total producido mundialmente. El resto, cerca de un 23 %, es objeto del comercio internacional. Las áreas de mayor consumo son América del Norte (6 % de la producción mundial), Europa Occidental (5 %) y Japón (2 %).

El consumo de frutas en el mundo

ha estado creciendo lenta, pero sostenidamente en los países desarrollados (PD), especialmente en la región europea y principalmente en el renglón de frutas tropicales, en la medida en que tales frutas puedan ser transformadas por la agroindustria. El uso de algunas frutas tropicales en los alimentos preparados y bebidas ha sido un factor estimulante para el crecimiento del consumo, tal como ocurrió en Francia, en el caso del mango, la parchita, la guayaba, la lechosa, el aguacate, el litchi y, en menor medida, del banano.

El consumo per capita anual sigue aumentando, a pesar de haber ya alcanzado cifras importantes. El consumo promedio mundial de banano era de 3 kg/persona/año, con los mayores niveles, para 1988, en Kuwait (17.1), Suecia (15.2), Austria (14.6), República Federal de Alemania (12.1) y Estados Unidos (11.2). Eso es importante porque modifica un poco las expectativas del mercado, agregándose el atractivo de la fruta exótica, en una situación en la que sólo se consideraban el ingreso por habitante y el precio de los bananos como los únicos elementos que influían sobre la estructura de la demanda.

Estadísticas de la FAO más recientes, para 1993, revelan un aumento significativo del consumo per capita anual, con un promedio mundial de 9 kg. Los mayores niveles de consumo se observan en Brasil (35 kg/p/año), México (23), Suecia (17), Portugal (17), Austria (15), Alemania (14), Estados Unidos (13), Australia (12), Indonesia (12), Bélgica-Luxemburgo (12), Reino Unido (11), España (11),

Argentina (10) y Nigeria (10).

Comercio. El banano, los cítricos y la manzana son las frutas frescas más importantes en el comercio internacional. Las exportaciones de banano representaron el 23 % de la producción mundial en 1993.

El comercio internacional del banano se caracteriza por un elevadísimo grado de concentración tanto de la oferta como de la demanda.

La exportación del banano es un negocio casi exclusivo de los PED, con el 93 y el 81 % del valor de las exportaciones mundiales en 1982 y 1993, respectivamente (cuadro 5). Sólo cinco países, de los cuales cuatro son latinoamericanos, realizaron en 1982 el 67 % del valor total de las exportaciones mundiales. En 1992 nuevamente cinco países, entre ellos los mismos cuatro latinoamericanos, cubrieron el 56 % del valor total de las exportaciones. Esos cuatro países (Ecuador, Colombia, Costa Rica y Honduras) fueron responsables del 49 % del valor total de las exportaciones mundiales de bananos. Sin embargo, este predominio es relativo, porque el control real de la exportación no recae enteramente en manos de nacionales de esos países sino de tres poderosas empresas multinacionales (Chiquita Brands International, Dole Food Company y Del Monte Fresh Produce), que controlaban el 65 % del comercio mundial en 1980, y el 57 % en 1987, siendo muy notable el control en la etapa de la distribución. En países como Alemania, los Estados Unidos y Japón, la parte global del mercado atribuido a esas multinacionales alcanzó a 64, 72 y 81 %, respectivamente.

Cuadro 5. Valor de la exportación del banano de los cinco principales países exportadores para 1982 y 1993 (en miles de US\$).

1982		1993	
Mundo	146 531	Mundo	345 156
1. Costa Rica	24 270	Ecuador	55 775
2. Honduras	22 130	Costa Rica	49 600
3. Ecuador	21 330	Colombia	42 466
4. Colombia	15 112	Filipinas	22 607
5. Filipinas	14 736	Honduras	21 569
Σ 5	97 578	Σ 5	192 017
% Σ 5/Mundo	67	% Σ 5/Mundo	56
PD	9 772	PD	64 704
% PD/Mundo	7	% PD/Mundo	19
PED	136 759	PED	280 452
% PED/Mundo	93	% PED/Mundo	81

Fuente: FAO. Trade Yearbook. 1984 y 1993. Cálculos propios

Apenas cinco países fueron responsables del 56 %, en 1993, del valor exportado mundialmente. Ello configura un digopolio geográfico en el mercado internacional del banano, dado el pequeño número de países vendedores.

Los mayores productores de banano en el mundo son India y Brasil, pero ninguno de los dos figura entre los mayores exportadores, porque en ellos el autoconsumo es muy elevado, y solamente exportaron, en 1993, US\$ 300 000 y 14 937 000 respectivamente. Otros, como Ecuador (3^{er} productor y 1^{er} exportador mundial), Colombia (7^{mo} productor y 3^{er} exportador mundial) y Costa Rica (8^{avo} productor y 2^{do} exportador mundial) aparecen en el grupo como productores y exportadores de gran importancia, dependiendo en mucho, de las incidencias del comercio internacional y de la distribución de las cuotas de exportación en los grandes mercados consumidores.

El valor total de la exportación entre 1982 y 1993 se duplicó con creces, y la tendencia en el mediano plazo es claramente positiva, al menos por dos razones. La primera es la evolución política y económica de los países del Este, que se revelan de más en más como importadores. La segunda es que el consumo del banano, limitado casi exclusivamente como fruta fresca, se ha ampliado en los últimos años con las posibilidades de su utilización agroindustrial para muchos propósitos alimentarios y no alimentarios.

América Latina juega un papel decisivo en la dinámica del mercado mundial del banano, en virtud de su importancia como región productora y exportadora de la fruta. Allí, desde finales de la década de 1960, se ha hecho un gran esfuerzo para organizarse frente a los intereses de las empresas multinacionales y de los países consumidores. Con el «Consenso de las

Canarias», en 1967, y la «Declaración de Bremen», en 1983, se instó a los países consumidores a abrir sus mercados, reduciendo progresivamente las barreras tarifarias que afectaban al mercado bananero, y se invitó, asimismo, a los países exportadores a ajustar sus programas de producción a las necesidades del mercado. En la «Declaración de Guayaquil», los productores independientes de Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala y Honduras, considerando la importancia del banano en sus economías nacionales y la enorme disparidad existente entre el precio recibido por el productor y el precio de la fruta en los mercados consumidores, decidieron integrarse en la Unión de Países Exportadores de Bananos (UPEB). La UPEB nació en 1974 con el «Acuerdo de Panamá», adhiriéndose Panamá, y más tarde República Dominicana, Nicaragua y Venezuela. Ecuador, a pesar de haber participado en las reuniones preliminares, es el único gran productor y exportador latinoamericano no integrado a la UPEB. Ese país ha preferido mantenerse al margen de la organización, abriendo mercados individualmente.

Una de las primeras medidas tomadas por la UPEB fue la aplicación de un impuesto de exportación de 2,5 centavos de dólar por cada libra de banano exportado. La creación de la UPEB, y sobretudo el impuesto establecido, provocó el enfrentamiento con las tres empresas multinacionales en un episodio conocido como «la guerra de los bananos».

Otra importante asociación de productores es la conformada por las

islas caribeñas con el nombre de Windward Islands Banana Growers Association (WINBAN).

En relación con las importaciones, se distinguen tres grandes flujos comerciales: el de la América Central y del Sur hacia Estados Unidos y, secundariamente, hacia Europa y Japón; el de Filipinas hacia Japón y, secundariamente, hacia el Cercano Oriente; y el de África y el Caribe hacia Europa y el Cercano Oriente, flujo que refleja la herencia colonial y la estrecha vinculación histórica de esos países con la Comunidad Económica Europea, fundamentada en el Protocolo suscrito en 1975 entre la CEE y los países de África, del Caribe y del Pacífico (ACP), y establecido como un anexo de la primera Convención de Lomé.

La importación mundial de bananos está aún más concentrada que la exportación. Los PD fueron responsables en 1993 del 89% del valor importado a escala mundial. Y los cinco países mayores importadores, casi los mismos desde la década de 1980, representaron para 1993 el 62% de todas las importaciones, una proporción inferior a la de 1982, que fue del 66%. La comercialización de esta fruta, como el de muchos otros productos tropicales producidos por los PED, se inscribe dentro del esquema clásico de las relaciones económicas Norte-Sur, y está sometida a las limitaciones de un mercado intervenido con frecuencia. No obstante, cerca de las dos terceras partes de los bananos frescos comercializados mundialmente son importadas con franquicia de derechos, y cerca de un 80% de tales importaciones están liberadas de restric-

ciones cuantitativas.

Los cinco países mayores importadores fueron responsables en 1993 del 62 % del valor importado en el mundo, lo que conforma una situación de monopsonio.

El valor de las importaciones mundiales de bananos creció entre 1982 y 1993 en un poco más de dos veces (cuadro 6). El principal importador mundial fue los Estados Unidos, con un 26 % del total de las importaciones en 1993. Este mercado se caracteriza, particularmente para la fruta fresca, porque: 1) sus importaciones están libres de derechos por la vía de tres mecanismos: la cláusula de la nación más favorecida (CNF); el sistema generalizado de preferencias (SGP) y, en menor medida, por los acuerdos de la «Iniciativa de la Cuenca del Caribe» de 1981; 2) sus proveedores son casi exclusivamente latinoamericanos; y 3) las empresas multinacionales bananeras controlan la distribución del

producto, a pesar de los intentos judiciales hechos en el país para frenar su expansión casi incontrolable y quebrar sus estructuras oligopólicas («Consent Decree», de 1958). Para los productos secos, dentro del marco de la CNF, los bananos se gravaba en 1990 con un 2.6 %, los plátanos con un 2.3 % y la harina de plátano con un 5.3 %. Pero, al aplicar el SGP todos esos productos entran al mercado estadounidense libres del pago de derechos. Los bananos importados ingresan al mercado estadounidense por unos 25 puertos, de los cuales 10 acaparan el 95 % de todas las entradas. El mercado es abastecido en un 30 % por Castle & Cooke (Dole), un 26 % por United Brands (Chiquita Brands) un 16 % por Del Monte, un 12% por Turbana (Uniban, Colombia), un 7 % por Pacific (Noboa, Ecuador), un 3 % por Banacol, un 2 % por Parker, y el 4 % restante por pequeños importadores.

El mercado europeo, el primer

Cuadro 6. Valor de la importación del banano de los cinco principales países importadores 1982 y 1993 (en miles de US\$).

	1982		1993
Mundo	220 426	Mundo	499 874
1. EEUU	58 117	EEUU	130 062
2. Japón	24 151	Alemania	57 804
3. Francia	23 660	Japón	47 715
4. Alemania Federal	22 368	Yugoslavia	39 160
5. Reino Unido	16 865	Francia	36 259
Σ 5	145 161	Σ 5	311 000
% Σ 5/Mundo	66	% Σ 5/Mundo	62
PD	198 956	PD	445 486
% PD/Mundo	90	% PD/Mundo	89
PED	21 470	PED	54 388
% PED/Mundo	10	% PED/Mundo	11

Fuente: FAO. Trade Yearbook. 1984, 1993. Cálculos propios.

gran importador mundial considerado como un grupo, resulta, al contrario del estadounidense, altamente intervenido por barreras comerciales de diversos tipos. Y es, además, disperso y de una alta sensibilidad política. Uno de sus elementos más controversiales es el protocolo bananero establecido en 1975 entre la CEE y 69 antiguas colonias de Africa, del Caribe y del Pacífico (ACP), por el cual, en el caso de las exportaciones de bananos, ningún estado ACP podrá ser colocado en una situación menos favorable a la anterior o conocida actualmente. Eso se traduce en la práctica, y de acuerdo con la proveniencia del banano importado, en una verdadera constelación de regímenes distintos y complejos existentes en la CEE. Por ejemplo, para el sólo caso de Francia, los bananos provenientes de Martinica y Guadalupe no son afectados por ningún derecho de importación, mientras que las importaciones provenientes de terceros países deben pagar un derecho comunitario común del 20 %. Desde 1962, las necesidades de bananos son cubiertas en dos terceras partes por los envíos desde Martinica y Guadalupe (conocidas como DOM). El tercio restante proviene de otros países ACP (Costa de Marfil, Camerún y Madagascar). Si estas disponibilidades se revelan insuficientes, se hacen compras a terceros países como Colombia y Costa Rica, de acuerdo con licencias y cuotas, pagando un derecho comunitario del 20 %. Otros consumidores, distintos a la CEE, como Finlandia, aplican otros sistemas proteccionistas, tales como restricciones cuantitativas a la importación durante el segundo

semestre del año (para proteger la producción local de frutas) y derechos de importación a los bananos frescos (9.2 a 10.9 %), a los bananos secos (4.3 %) y a la harina de banano (1 %).

Alemania es, individualmente, el segundo importador mundial de bananos, y asegura un importante contingente de importación (entre 600 000 y 700 000 t/año) libre del pago del 20 % de derecho comunitario. Este mercado es abastecido por América Latina y es controlado por empresas multinacionales, entre las cuales destacan Castle & Cooke (con su filial Astheimer), Atlanta (con su marca «Chiquita»), United Fruit Co. y Del Monte (con su filial Weichert).

Japón, el tercer importador mundial, abastecido mayormente por Filipinas aplica un complicado sistema proteccionista, basado en derechos de importación, que grava a las importaciones hasta con un 20 %. Ese mercado es abastecido por grandes firmas importadoras japonesas (C. Itho, Tokyo Seika, United and Fuji Fruit) que se aprovisionan de los grandes exportadores filipinos, entre los cuales también figuran Castle & Cooke (Dole), Del Monte y United Brands (Chiquita Brands).

Al establecer una tipología de los mercados importadores de banano, encontramos dos tipos de mercados: los abiertos y los protegidos.

Los mercados abiertos son aquellos que no establecen restricciones tarifarias o cuotas a la entrada de bananos a su territorio. En términos de volúmenes importados, ellos representan actualmente un 55 % del volumen del mercado mundial. Entre

ellos se encuentran América del Norte (36.3 %), Europa fuera de la Unión Europea (8.8 %), Asia fuera del Japón (6.1 %) y América del Sur (3.8 %).

Los mercados protegidos corresponden a aquellos países que establecen reglamentaciones al ingreso del banano a sus territorios, con el fin de privilegiar a ciertos proveedores y/o regularizar los precios internos. En el primer caso encontramos a los países europeos que privilegian a sus ex-colonias. En el segundo caso está el Japón, que persigue regular los precios de importación. Ese país se abastece de bananos provenientes de Filipinas, Taiwán y Ecuador, estando un 80 % de su mercado en manos de empresas multinacionales.

Precios. Como no existe realmente un mercado internacional organizado para el banano, no hay, en consecuencia, un precio mundial, sino una yuxtaposición de precios sobre los diferentes mercados nacionales, en un contexto donde cada mercado nacional está caracterizado por una serie de particularidades. En algunos escenarios el precio es el resultado de un acuerdo con los suplidores, como ha sucedido en Francia y Reino Unido en

sus relaciones con el grupo ACP (cuadro 7). Otras veces, la inestabilidad política o las des-favorables condiciones climatológicas prevalecen en los países productores, como ocurrió en 1982-83 en América del Sur y Central, provocan grandes cambios en los precios de un año al otro (cuadro 8). Pero existe un factor determinante del comportamiento de los precios, y es la fuerte presencia de las empresas multinacionales, muy integradas verticalmente, desde la producción hasta la distribución final al consumidor, lo que imposibilita conocer los «verdaderos» precios de la fruta. Existen, sin embargo, algunos precios indicativos en importantes plazas mercantiles y que pueden ser tomados como precios de referencia.

La evolución de los precios internacionales del banano en los principales mercados del mundo ha estado determinada, de una parte, por los acuerdos político-comerciales suscritos, como es notable en el caso francés con los envíos desde Martinica, y por la otra, por las variables políticas y climatológicas y la presencia de las grandes multinacionales.

Cuadro 7. Precio anual de importación en algunos mercados, 1985 y 1988.

País	Unidad	1985	1988
Francia	Francos/kg	4.97	5.34
Alemania Federal	Marcos/kg	1 340.00	1 069.00
Japón	Yenes/kg	140.80	72.60
EEUU	US\$/caja 20 kg	6.86	8.77
Italia	Liras/kg	1 687.00	1 750.00

Fuente: B. Chatel, 1991, p. 102.

Cuadro 8. Precios internacionales del banano (en US\$/TM).

Mercado (Procedencia)	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993
Hamburgo												
(América Central)	439	510	458	557	557	646	609	532	750	668	564	761
New York												
(América Central y Sur)	375	430	369	382	382	365	478	529	566	572	489	459
Japón												
(CIF, Filipinas)	286	415	363	498	498	491	566	536	537	546	674	497
Puertos Franceses												
(Martinica)	581	563	537	731	731	867	896	812	944	993	948	763

Fuente: FAO. Production Yearbook, 1987, 1992, 1993.

El dominio de las transnacionales

Una de las principales características de la producción y de la comercialización del banano a nivel mundial es la presencia determinante de tres grandes empresas multinacionales (EMN): Chiquita Brands International Inc. (CBI), Dole Food Company Inc. (DFC) y Del Monte Fresh Produce (DMFP). Estas tres EMN intervienen en la producción, con unas 5000 ha en América Central, y en el comercio, con un control que pasó del 47 % en 1966 al 65 % en 1980. Como productores las encontramos en todas las áreas productoras del mundo: Filipinas; Costa Rica, Honduras, Colombia, Guatemala, etc. De igual manera están presentes en todos los grandes centros de consumo: EEUU, la CEE, Japón, etc.

Chiquita Brands International Inc. En 1895 nació la Boston Fruit-Company, que comercializaba bananos de Jamaica, Cuba y Santo Domingo en Estados Unidos. En 1899 se unió a varias compañías ferroviarias pertenecientes a Minor C. Keith en América Central, para dar origen a la United Fruit Company, que amplió sus negocios a Panamá y Colombia, extendiendo sus exportaciones a Europa desde 1910. En 1929 la Cuyamel Co. se asoció a la United Fruit, y fortaleció su posición, para controlar en 1930 el 60 % del comercio mundial del banano. Por el impacto de la gran crisis económica estadounidense y la gran depresión de la década de 1930, así como por los conflictos sociales y políticos que estallaron en los países productores, su participación en el comercio mundial se redujo al 30

%. En 1954 la empresa fue acusada por el Departamento de Justicia de los Estados Unidos de violar la Ley Antitrust, y en 1958 se le obligó a firmar un acuerdo para reducir sus operaciones («Consent Decree») en el área de ferrocarriles y plantaciones en Guatemala y liquidar su filial de Alabama. En 1960 la empresa introdujo importantes mejoras en la comercialización. Para contrarrestar las enfermedades del banano, la empresa reemplazó la variedad Gros Michel por la Cavendish, y más específicamente la Valery, más resistente a plagas y enfermedades pero más delicada en su manejo. Entonces se decidió transportar la fruta en cajas de cartón, y nació la marca «Chiquita», de bananos seleccionados; y que es la marca líder en el mercado mundial. Es la primera vez que el consumidor puede diferenciar el producto por su empresa de procedencia. En 1970 la empresa se fusionó con la AMK Corporation para dar nacimiento a la United Brands, que diversificó sus operaciones para actuar en el sector de otras frutas frescas, carne fresca y congelada, aceites alimenticios, bebidas no alcohólicas, plástico, alimentos concentrados para animales, cadenas de restaurantes, transportes, telecomunicaciones y plantas decorativas. En 1973-74 el huracán Fifi le produjo enormes pérdidas en sus propiedades de América Central y pierde su liderazgo en el mercado, siendo desplazada por la C&C. Luego la empresa toma el nombre de Chiquita Brands International Inc.

Dole Food Company Inc. La Castle & Cook (C&C) fue creada en Hawaii en 1894, donde negociaba en el sector inmobiliario y en la agroindustria del azúcar y de la piña. En 1968 adquirió la Standard Fruits, en la que tenía acciones desde 1964, e ingresó activamente en el negocio bananero creando su propia marca: «Cabaná», ampliando sus operaciones de Honduras a Costa Rica, Nicaragua, México y Haití. En 1974 desplazó a la United Brands del primer lugar en el mercado estadounidense. Se introdujo en Ecuador (donde las compañías extranjeras no podían cultivar directamente) a través de la prestación de asistencia técnica y la adquisición de las cosechas, y en Filipinas, para compensar su estrecha dependencia con respecto a la producción de América Central. Después se concentró en la modernización de su flota, para operar los más grandes navíos frigoríficos del mundo. De la Castle & Cook nació la Dole Food Company Inc., que ha impuesto su marca Dole y produce sus bananos en más de 40 000 ha en Honduras, Costa Rica y Colombia.

Del Monte Fresh Produce. Siguiendo la estrategia corporativa de diversificarse adquiriendo empresas ya implantadas en el mercado, Del Monte (DM) compró en 1966 la Granny Goose Foods Inc., especializada en «snack food», y en 1967 la Perky Pies, de Oakland, dedicada a la alimentación congelada, así como otras sociedades de mantenimiento inmobiliario, de enlatados, etc., hasta que adquirió la West Indies Fruit Company, dedicada a la producción y al transporte de bananos, rivalizando en esa compra con

la United Brands, que quería, por esa vía, introducirse en la DM. A partir de allí, DM amplió operaciones en América latina y en Asia. En 1968 concluyó un acuerdo con el gobierno de Filipinas (donde cultivaba piñas desde la década de 1950), para ofrecer asistencia técnica a los productores locales de bananos y comercializar su producción destinada al mercado japonés. La expansión de la empresa en el negocio bananero fue rápida, y pronto se amplió a las actividades de consignación y de transporte aéreo. Con sus bananos penetró el mercado europeo y adquirió las plantaciones que la United Brands poseía en Guatemala. DM pasó a propiedad de la sociedad R.J. Reynolds-Nabisco en 1979, actuando como una filial. En 1989 la Reynolds-Nabisco cambió de dueño, cayendo bajo el control de la Kohlberg Kravis Robert.

Esta última vende a la sociedad británica chipriota-turca Polly Peck International el sector de frutas y legumbres frescas de la DM, y a otro grupo el sector de conservas. En noviembre de 1990, la Polly Peck Int. fue intervenida y autorizada a continuar sus operaciones bajo la estricta supervisión de tres bancos franceses acreedores. En 1993 la empresa es adquirida por el grupo mexicano Cabal Peniche, el cual, a su vez, ha anunciado su intención de negociar la.

Aparte de las tres grandes empresas multinacionales, desde el último decenio entran en la competencia otras empresas que cada vez toman mayor importancia, tales como la Geest Plc. y la Fyffes Plc.

La Geest Plc. fue fundada en 1935

por los hermanos Van Geest. Ese grupo británico se extendió en 1953 en el Caribe, convirtiéndose en el importador exclusivo para el Reino Unido del banano producido en las Antillas anglófonas. Actualmente Geest es el principal importador europeo de bananos.

La Fyffes Plc. inició sus actividades en 1888 exportando bananos desde las Canarias hacia España. Después se convirtió en filial de la United Brands, que la vendió en 1986 a la sociedad irlandesa F.I.I., que la colocó en el segundo lugar entre los importadores europeos de bananos. A partir de 1993 se introdujo en el mercado estadounidense.

Las empresas multinacionales, las grandes y las pequeñas, operan con

un alto grado de integración vertical, que va desde la producción agrícola hasta la distribución. Su dominio de las tecnologías de producción, de acondicionamiento y de transporte, se complementan con una exitosa organización logística y de sistemas de información y de mercadeo, que le ha permitido controlar el mercado mundial, utilizando casas matrices, filiales y participaciones minoritarias, particularmente en las etapas finales de la cadena. Durante los últimos veinte años, estas empresas se han venido retirando de la producción agrícola por razones políticas y económicas, para dedicarse cada vez más a la comercialización e industrialización del producto.

Bananos y política

La creación en 1974 de la Unión de Países Exportadores de Bananos (UPEB), que unió a los grandes productores y exportadores latinoamericanos, salvo Ecuador, fue vista con desagrado por las grandes bananeras multinacionales que operaban hegemónicamente en la región. Y una de sus primeras medidas, el establecimiento de un impuesto de exportación de 2.5 centavos de dólar por libra exportada de banana, las enfrentó con las empresas multinacionales. Las tres grandes empresas multinacionales utilizaron diversos procedimientos para neutralizar la acción de la UPEB: la vía judicial para anular el impuesto (como lo hizo Del Monte en Costa Rica); la presión sobre la economía nacional (como lo hizo Castle & Cook al reducir

sus exportaciones y destruir 145 000 cartones de bananos antes que pagar el impuesto); el fraude (como lo hizo Del Monte al declarar volúmenes de exportación inferior a los reales) y hasta el soborno (como lo hizo la United Brands al entregar ilegalmente US\$ 1.25 millones a las autoridades hondureñas para que redujeran el impuesto). Esta guerra tuvo hondas reparaciones políticas: al estallar el escándalo en Honduras, el presidente de la United Brands, Eli Block, se suicidó, y el gobierno hondureño renunció en pleno. No obstante, la escaramuza fue breve, y se resolvió con el acuerdo de las empresas multinacionales de transferir el costo del impuesto al precio mundial del banano, por lo que el costo del cartón pasó de

US\$ 2.50 a 5.20. La UPEB, a pesar de haber influido poco sobre la determinación del precio internacional del banano, ha obtenido algunos importantes beneficios para los países miembros, tales como la creación de un banco de datos sobre los precios del banano, la instalación de una empresa comercializadora multinacional del banano (COMUNBANA) a partir de 1977 y el desarrollo de programas de investigación y asistencia técnica para los productores.

En julio de 1993, casi veinte años después de la creación de la UPEB, los ministros de agricultura de la Unión Europea (UE) decidieron de manera unilateral reducir las importaciones de bananas procedentes de América Latina con el fin de favorecer a sus excolonias de África y a sus territorios de ultramar. Esa decisión, claramente violatoria de la normativa del GATT, les fijó un cupo de dos millones de toneladas (contra los 2.7 millones de toneladas comercializadas en 1992), con un arancel del 20 %. El excedente sobre los dos millones sería gravado con un 170 %. Para el área ACP el acceso a la UE seguía siendo libre hasta las 857 000 t. De inmediato los países exportadores latinoamericanos, vendedores habituales de ese mercado, protestaron, y la UE intentó negociar con esos países la cuota fijada. Así se asignaron cupos por países: Costa Rica 23.4 %; Colombia 22 %; Ecuador 20.2 %; Panamá 19.7%; etc. Tales cupos perjudicaron a algunos de los países exportadores a ese mercado, especialmente a Ecuador, cuya cuota pasaría del 32.5 % vendido en 1992 a 20.2 %, mientras que otros, como Colombia y

Costa Rica, resultaban relativamente beneficiados. Ante la denuncia, el GATT declaró violatorio de sus normas al nuevo régimen de la UE.

Al principio los países habían creado un frente común para contrarrestar la decisión de la UE, pero poco después se dividieron, velando cada uno por sus propios intereses. Se crearon dos grupos: los que aceptaban la oferta de la UE y los que la rechazaban. Los países exportadores lograron definir una propuesta en las negociaciones posteriores que consistía en el reclamo de una cuota de 2.5 millones de toneladas para América latina, que sería un cuota global por la que los países competirían libremente. Así, la UE decidió establecer una cuota global de 2.1 millones de toneladas para 1994, que se incrementarían a 2.2 millones de toneladas desde 1995. El sistema empezaría a regir desde el 01/10/1994 por un período de ocho años, hasta el 31/12/2002.

Costa Rica se transó por una cuota parcial de 23.4 % del total de 1994, equivalente a unos 25 millones de cajas de 18.24 kg. Ecuador, el mayor exportador mundial, decidió regirse por el sistema anterior, que contemplaba una cuota de dos millones de toneladas anuales, con un arancel del 20 % que crece a 170 % para el excedente. Guatemala optó por conseguir mejores condiciones de mercado en el seno del GATT.

Pero, en entretelones, esta escaramuza entre la UPEB y la UE, y en la que Costa Rica tuvo un papel protagónico, socavó aparentemente el intento de ese país por lograr que el costarricense Niehaus obtuviera la

Secretaría General de la OEA. Las cuatro naciones de las islas caribeñas de Barlovento (Dominica, Granada, Santa Lucía y San Vicente) decidieron apoyar en bloque al colombiano César Gaviria para tal cargo, ya que las

acciones de Costa Rica pusieron en peligro, según esos países, el tratamiento preferencial que ha venido disfrutando su producción bananera en Europa, particularmente en Francia y en el Reino Unido.

Literatura citada

1. Aproma. 1992. Le Marché de la Banane. Paris. Ministère de la Coopération et de Développement.
2. Chalmin, Philippe; El Aloui, Abdelaziz. 1990. Matières Premières et Commodities. Paris: Economica.
3. Champion, J. 1963. Le Bananier. Paris: Editions Maisonneuve et Larose.
4. Chatel, Benedictine. 1991. Les Bananes. Paris: Economica.
5. De La Mota, Ignacio H. 1992. El Libro del Plátano. Madrid: Alianza Editorial.
6. Economía Hoy. (Caracas) 20/05/1994.
7. FAO. Production Yearbook. 1984, 1987, 1989, 1992, 1993.
8. FAO. Trade Yearbook. 1984, 1992, 1993.
9. Fruits. Paris, 47(2), 1992.
10. Gastambide, M.F. 1995. Nouvelles données du marché mondial de la banane et stratégies des acteurs: Chiquita, Dole, Fyffes et Geest. Paris: CFCE/DPA.
11. Hinton, Lynn. 1991. The European Market for fruit and vegetables. London: Elsevier Applied Sciences.
12. Maillard, J.C. 1991. Le marché internationale de la banane, étude géographique d'un système commercial. Bordeaux: Presses Universitaires de Bordeaux.
13. OEA. 1975. Estudio sectorial sobre empresas transnacionales en América Latina. La industria bananera. Washington, D.C.: OEA.
14. Prepared Foods. 1993. 162(6).
15. Rastoin, J.L.; Loeillet, D. 1995. Le marché mondial de la banane: entre globalisation et fragmentation. Paris: CIRAD.
16. Samson, J.A. 1989. Tropical Fruits. London-New York. Longman Scientific & Technical, 2nd. ed.
17. South America, Central America and the Caribbean. 1993. London: Europe Publications.
18. Visión. 1994. (Buenos Aires) Vol. 82(5), 1-15 marzo.